



# Real Attribution

TradeTrackers Real Attribution is een revolutionaire aanpak voor de travel branche.



 INITIATOR

START **ATTRIBUTION WINDOW**

 CONVERTER

**CONVERSION PATH**





# Real Attribution



Bij performance marketing draait alles om die veel besproken laatste klik. De commissies worden alleen toegekend aan het laatste touchpoint. Wat in het nadeel is voor de diverse publishers die een bijdrage hebben geleverd aan de uiteindelijke aankoop en niet worden beloond voor hun inspanningen. Dit is nu verleden tijd.

**TradeTrackers Real Attribution is de nieuwe aanpak voor Affiliate Marketing** en zorgt voor ongekende resultaten. Het motiveert alle publishers met een eerlijke beloning, transparantie en top resultaten. De revolutie binnen Affiliate Marketing start NU!

## Geattribueerde waarde

Real Attribution is ontwikkeld om adverteerders de volledige controle te geven over hun campagnes. Het zorgt voor optimale resultaten met een eerlijke commissie voor alle publishers in het conversiepad. Of ze nu initiator, assist of converter zijn. Door een van de vijf attributiemodellen of een custom model in te stellen, kan de adverteerder bepalen welke waarde hij toekent aan welk touchpoint.

## Waarom TradeTrackers Real Attribution?

### ✓ Eerlijk delen

Waardeer alle publishers die zich inzetten voor een transactie. Ze investeren veel in het genereren van transacties en Real Attribution verzekert ze van een gezonde ROI.

### ✓ Meer resultaat

Dankzij attributie stijgt de ROI van publishers, waardoor zij meer verkeer en dus conversies naar uw campagnes sturen.

### ✓ Toegevoegde waarde

Stel uw eigen model samen en krijg de volledige controle om uw affiliate-budgetten in te delen naar verschillende typen websites, categorieën en posities. Zo inspireert u publishers om waarde toe te voegen op punten waar u dat wilt.

### ✓ Volledige transparantie

Optimaliseer uw attributiemodel zoveel u wilt door verschillende elementen toe te voegen, zonder dat het effect heeft op de transparantie van de publisher of adverteerder. Geen achtergehouden informatie, extra kosten of verrassingen.



# Elk Kanaal Betaald Naar Performance



## Meer bereik en betere resultaten

In het 'oude' Performance Marketing model zijn alle pijlen gericht op het belonen van het laatste touchpoint. Tot nu!

Door het verdelen van de commissie over meerdere touchpoints in het affiliate kanaal, ontstaan er nieuwe kansen. Publishers worden meer gestimuleerd om bij te dragen aan de promotie van uw campagnes, waardoor uw zichtbaarheid fors stijgt en uw transacties aanzienlijk toenemen. Als adverteerder krijgt u toegang tot een nieuwe klantenpool, met als resultaat meer waarde voor uw geld.

Marketingbudgetten worden vooral besteed aan e-mail, display, social en search. Voor deze kanalen is het niet mogelijk om per conversie af te rekenen en dat is juist wat performance marketing zo interessant maakt. Het is tijd om uw marketing budget te investeren in performance advertising.

Meer media kanalen, minder risico en verhoogde revenues.

## Snel toegang tot elke publisher

Promoot uw merk via de grootste content publishers en mediabedrijven ter wereld zonder een vast bedrag te betalen of een CPM -tarief. Dat is de droom van elke marketeer. Met attributie wordt deze droom werkelijkheid.

Attributie voldoet aan de eisen van 'mediahuizen' om altijd te streven naar het hoogst haalbare resultaat per bezoeker.

Content publishers streven naar een zo hoog mogelijk resultaat per bezoeker, maar hun eCPM staat continu onder druk. TradeTrackers Real Attribution biedt de oplossing. Impressie of post-view campagnes worden naadloos geïntegreerd in onze attributie commissie modellen.

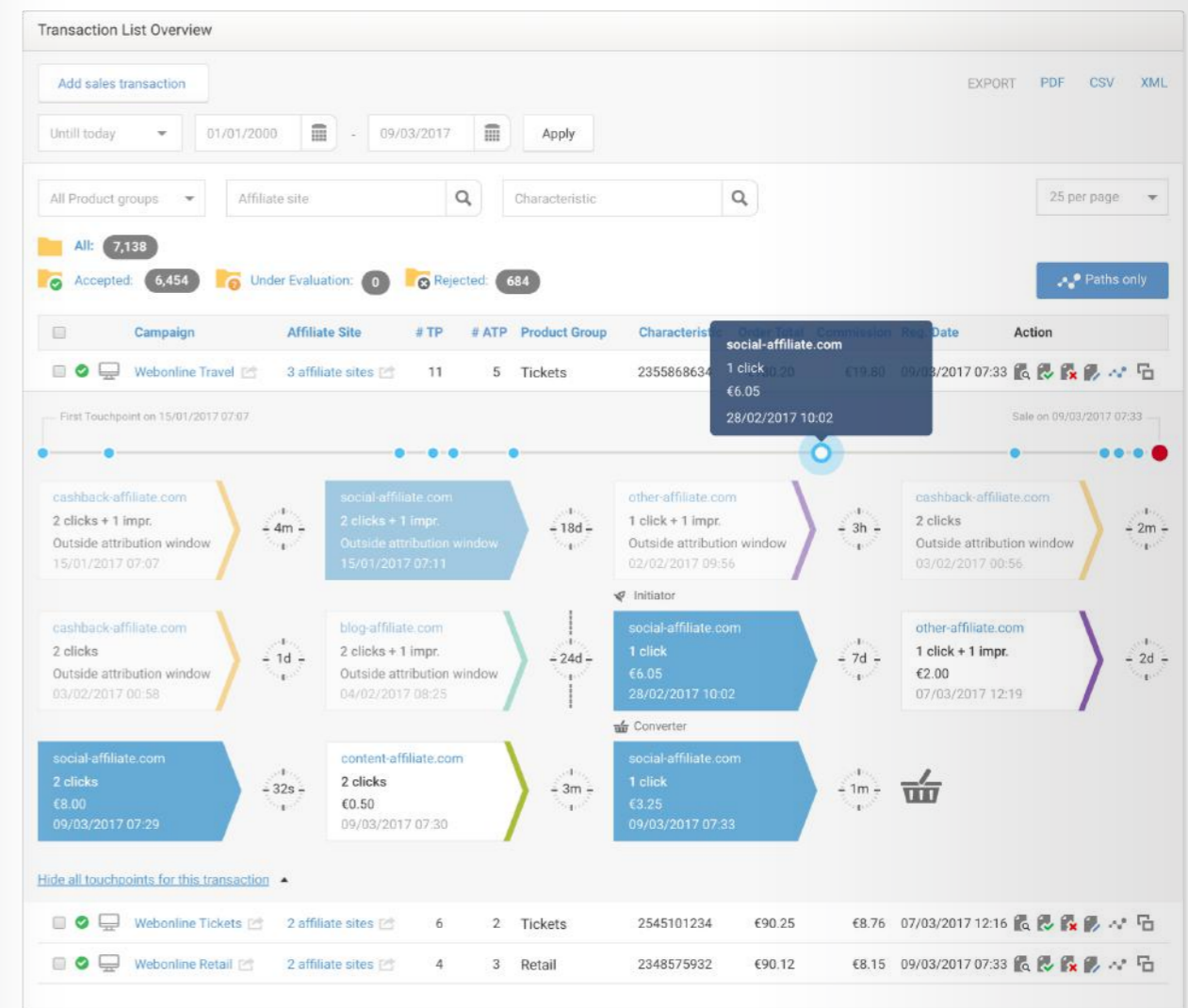
Wanneer een transactie heeft plaatsgevonden, vergoeden adverteerders die gebruik maken van Real Attribution aan alle (content) publishers die een rol gespeeld hebben bij het realiseren van de transactie. Dit opent deuren voor samenwerking met grote (content) publishers die, tot op heden, alleen werkten op basis van CPM, CPC of modellen met een vast tarief.

Attributie is hét antwoord op de 'laatste-klik-competitie'. Dit is de toekomst van performance marketing!

## Neem diverse advertising kanalen op

Met attributie vereenvoudigt u uw ontdebingsbeleid. Elk touchpoint in de customer journey heeft zijn waarde. Daardoor is het mogelijk om delen van commissies toe te kennen en uit te keren aan ieder kanaal, betaald of van uzelf.

Neem bijvoorbeeld uw eigen nieuwsbrief of paid search op. Waardeer additionele inspanningen van een publisher door hun touchpoints mee te nemen en geef ze een fair share in de totale commissieverdeling.



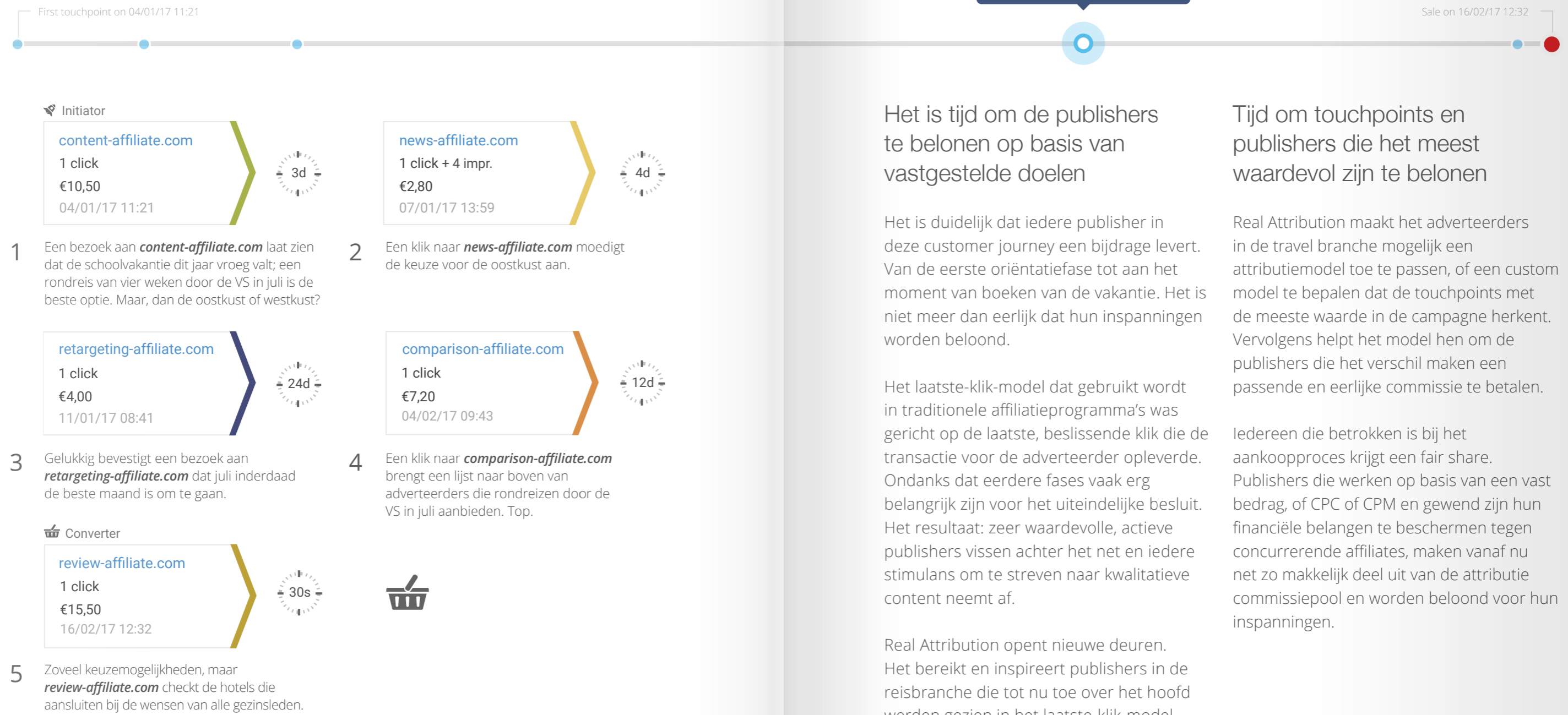
Real Attribution met de meest overzichtelijke interface



# Het is tijd voor Travel



Neem het typische scenario voor het plannen van een gezinsvakantie: Gaan we een grote reis maken of gaan we twee keer op vakantie? Skiën of een stedentrip? Keuzes, keuzes...



## Het is tijd om de publishers te belonen op basis van vastgestelde doelen

Het is duidelijk dat iedere publisher in deze customer journey een bijdrage levert. Van de eerste oriëntatiefase tot aan het moment van boeken van de vakantie. Het is niet meer dan eerlijk dat hun inspanningen worden beloond.

Het laatste-klik-model dat gebruikt wordt in traditionele affiliatieprogramma's was gericht op de laatste, beslissende klik die de transactie voor de adverteerder opleverde. Ondanks dat eerdere fases vaak erg belangrijk zijn voor het uiteindelijke besluit. Het resultaat: zeer waardevolle, actieve publishers vissen achter het net en iedere stimulans om te streven naar kwalitatieve content neemt af.

Real Attribution opent nieuwe deuren. Het bereikt en inspireert publishers in de reisbranche die tot nu toe over het hoofd werden gezien in het laatste-klik-model.

## Tijd om touchpoints en publishers die het meest waardevol zijn te belonen

Real Attribution maakt het adverteerders in de travel branche mogelijk een attributiemodel toe te passen, of een custom model te bepalen dat de touchpoints met de meeste waarde in de campagne herkent. Vervolgens helpt het model hen om de publishers die het verschil maken een passende en eerlijke commissie te betalen.

Iedereen die betrokken is bij het aankoopproces krijgt een fair share. Publishers die werken op basis van een vast bedrag, of CPC of CPM en gewend zijn hun financiële belangen te beschermen tegen concurrerende affiliates, maken vanaf nu net zo makkelijk deel uit van de attributie commissiepool en worden beloond voor hun inspanningen.





# Real Attribution Modellen



## Blaas uw travel campagnes nieuw leven in

Na diepgaande analyse heeft TradeTracker voor drie attributiemodellen gekozen die de performance campagnes in de reisbranche nieuw leven inblazen. Het vervangen van laatste-klik-modellen opent nieuwe deuren voor adverteerders en zorgt voor transparante en eerlijke commissies.

### Linear



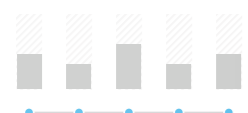
Commissies worden eerlijk verdeeld over alle touchpoints in het conversiepad. Publishers die inspirerende en bestemmingsgerichte content leveren, trekken de aandacht van de klant. Tijdens het besluitvormingsproces sturen ze aan op de juiste informatie voorziening van de klant. Door de commissie op een eerlijke manier te verdelen over alle touchpoints in het conversiepad zien we een toename van meer dan 85% in de eCPC. Van kleine reisgerichte content publishers tot grote meta search publishers, alles draagt bij aan performance.

### Time Decay



Dit model biedt publishers betere commissies wanneer hun touchpoints dicht bij de conversie zitten en het bewijst steeds opnieuw het meest geschikte model te zijn voor reisadverteerders met een focus op minder diverse en meer prijsgevoelige producten zoals vluchten en hotels. Dit model is het meest geschikt voor touroperators met veel verschillende reisproducten.

### Custom



Adverteerders met prijsgevoelige producten bereiken hogere resultaten wanneer ze in combinatie met het lineaire model de nadruk leggen op voordeel-, kortingscode- en cashbacksites. Adverteerders van verre reizen kunnen beter een position based model combineren met meer aandacht voor bloggers, content websites en reis gerelateerde publishers. Wanneer review websites een hogere commissie toegekend krijgen, zien we dat hotel campagnes meer transacties genereren.

## Andere nuttige modellen

### Laatste klik



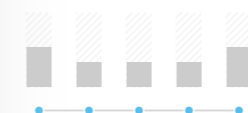
Het traditionele, laatste-touchpoint-krijgt-alles-model. Volledig te personaliseren door uitzonderingen te maken voor specifieke sites.

### Eerste klik



Vice versa: eerste-touchpoint-krijgt-alles. Zeer bruikbaar wanneer je wilt focussen op het genereren van meer verkeer en meer naamsbekendheid bij publishers met een vast bereik. Een geweldige strategie voor opkomende merken.

### Position Based



Een goed model voor het waarderen van publishers die consumenten introduceren bij uw merk en publishers die ze verleiden tot een conversie. Er is een commissie van 40% voor de initiator, 40% voor de converter en 20% voor de assist. Geschikt voor campagnes met een langer besluitvormingsproces.

### Exceptions

Ieder attributiemodel heeft de mogelijkheid om uitzonderingen (exceptions) op de regel toe te passen. Wilt u nog steeds specifieke publishers of typen sites een vast aandeel van de commissie geven? Voeg simpelweg een exception toe, zonder daarbij transparantie kwijt te raken.



# Let's get started



## 1 Bepaal uw doelen en uw model

De eerste stap bij het lanceren van het attributiemodel is het bepalen van uw doelen. Is naamsbekendheid een primair onderdeel van uw strategie? Voeg dan meer waarde toe aan de eerste touchpoints van uw conversie. Ligt uw focus op het verkrijgen van meer verkeer van specifieke sites? Verhoog dan de relatieve waarde van de publishers die tot deze sites behoren. Samen met uw accountmanager kunt u een attributiemodel ontwerpen dat perfect aansluit op uw specifieke doelen en doelstellingen.

## 2 Communiceer en bereik uw publishers

Zorg ervoor dat uw publishers op de hoogte zijn wanneer u uw attributiemodel bepaald hebt en klaar is voor gebruik. Publishers die u belangrijk vindt, zien hun ROI snel toenemen. Zorg dat zij klaar staan om van uw campagne een succes te maken. Door TradeTrackers conversiepad rapportage te gebruiken, krijgt u inzichtelijk wat de impact van uw model is. Door de statistieken te delen met specifieke publishers, wordt duidelijk wat het attributie model hen extra oplevert.

## 3 Optimaliseer uw campagnes

De interface en rapportages van TradeTracker laten u precies zien hoe het nieuwe attributiemodel de rollen van uw verschillende publishers verandert en heel belangrijk, hoe hun extra inkomsten de campagne resultaten verhogen. Met TradeTracker optimaliseert u uw attributiemodel met nieuwe elementen, zoals de mogelijkheid om CPC- of CPM-componenten toe te voegen aan geselecteerde publishers voor maximaal effect van uw campagne.

## Join the Revolution

Wilt u heldere inzichten van uw campagnes? En de resultaten van uw publishers in het aankoopproces optimaliseren? Wilt u deze gebruiken om de waarde van touchpoints te meten en evalueren? En wilt u glasheldere commissies voor publishers, van de eerste tot de laatste klik? Wacht niet langer.

Bezoek [www.real-attribution.com](http://www.real-attribution.com) vandaag nog.

De revolutie binnen Affiliate Marketing start NU!

## Neem vandaag nog contact met ons op

TradeTracker Netherlands  
De Strubbenweg 7  
1327 GA Almere  
The Netherlands

+31 88 8585 585  
[attribution@tradetracker.com](mailto:attribution@tradetracker.com)



